

(第 13 回 駐車施策講習会 特別講演)

「モビリティ・マネジメントにおける駐車場施策」

東京工業大学大学院 理工学研究科 土木工学専攻 教授 藤井 聡

本日は、モビリティ・マネジメント、というものについて、駐車場施策とも関連を中心としながら、お話しして参りたいと思います。このモビリティ・マネジメント、という言葉ですが、比較的新しい言葉ですので、十分にご存じでないかた、本日初めてお聞きになった方等がいらっしゃる場所かと思いますが、この交通政策の考え方は、徐々に日本の中でも広範に進めていこうという機運が高まっているところです。例えば、地域公共交通の活性化のための法案が今年度で成立したんですけれども、来年度はこの30億円程度の予算枠の中で、公共交通再生という文脈の中で、このモビリティ・マネジメントも一つの重要な施策としてやっていこうという動きですとか、あるいは環境省とタッグを組んで数億円の予算を組んで、環境省の石炭（石油特別会計）の予算があるのですが、それを使って抜本的に地球温暖化対策を日本はやっていこうという動きがあります。また、具体的な目標としては、国交省として、モビリティ・マネジメントを実施することで、85万人の自動車通勤者を公共交通等に転換させましょうという宣言をしているところです。

あと、日本モビリティ・マネジメント会議という、モビリティ・マネジメントのための日本全国会議があります。2年前から国交省と土木学会の共同主催で行われています。これは、毎年開催するもので、全国から60件以上の事例が報告され、参加者も300名程度という形となっております。こんな形で、内容を説明しないままに、どういうふうにいままモビリティ・マネジメントについて国が動いているのかという雰囲気をお話しいたしましたが、いずれにしても、道路、都市、運輸、それぞれの文脈の中で、このモビリティのマネジメントもやっていかないといけないという機運が徐々にできてきた、という段階です。そのために制度と財源も組みあつたというようなモビリティ・マネジメントなのです。果たしてこのモビリティ・マネジメントというものが何なのか。そのあたりのことをまずはお話ししたいと思います。

モビリティ・マネジメントで議論しておりますのは、主に交通の問題というのは当然、国際交通ですとか、国際物流ですとか、あるいは当初の物流ですとかも含めてあります。それから都市間の交通もございます。そういう文脈の中では、リージョナルジェットをどうするか、海運をどうするか、港湾をどうするか、いろいろな交通というコトバの中には多義的な意味があるのですが、主にモビリティ・マネジメントは都市交通、地域交通、あるエリアの中のモビリティということを対象としています。通常は空港の移動とかでは、モビリティというコトバを国際的にも国内的にもあまり使ってはおりません。モビリティというのは、ある地域の、東京都市圏ぐらいの大きさまでカバーするものです。ある地域のモビリティを考える。そうしますと、そこで重要になってくるのが、どういう交通手段があるかということです。都市、地域の交通というものは、例えばパーソントリップ調査というのが全国各地で、毎年どこかで行われているわけですが、それを見ますと、地方部では100個の自動車トリップがあると、大体70個から80個ぐらい、すなわち70%から80%ぐらいが自動車です。例えば、最近行われた福井都市圏のパーソントリップ調査がありま

すが、昔はバスは分担率2割とか3割とかあったのですが、バスの分担率はついに消費税を下回らして、3%弱というような状況になっています。そのかわり自動車の分担率は77%です。東京都市圏は、地下鉄、JR、私鉄が非常に発達しております。人口密度が高く、道路容量が限られていて、渋滞が非常に激しいこともあって、自動車分担率が非常に低い。2割とか、それぐらいの水準だったと思います。いま最新のパーソントリップ調査を行おうとしているところですので、最新のデータはないのですが、大体そのぐらいです。したがって、自動車分担率は、大体2割から8割ぐらいまでのオーダーで、都市部から地方部にかけて分散しているわけです。パーソントリップ調査というのは、主として都市で行われましたから、中山間地におきましては、恐らく7割、8割は超えているでしょう。90%ぐらいクルマであるという社会もあると思います。したがって、最も低いところが2割、それから9割ぐらいまでクルマに依存しているわけです。都市あるいは地域におけるモビリティを考えるということは、このクルマとどうつき合っていくのかということで、地方部においては、8割、9割ぐらい重要な問題になっているわけです。

実は、これはパーソントリップの話をしていきますから、東京においても物流のトリップを入れると、もっとクルマに依存しています。あのジャストインタイム、コンビニエンスストアが成立するのは、トラックがなくてはあり得ません。言うまでもなくバスなどではお弁当とかを物流として持っていったり、回収したりできないです。ですから物流を入れますと、この道路ネットワークに依存している割合は、非常に現在の日本では強いわけです。ちなみに、私、京都大学におりましたころ、研究室は米谷・佐々木先生の系列の研究室でありまして、その飯田研というところで、ずっと自動車のことをやっておりました。今でもずっと自動車のお話が多いですけども、自動車のお話を中心として、いろいろなモビリティ全般の仕事をさせていただいています。

さて、前置きが長くなりましたが、「クルマ」でございます。なぜそこまで人々はクルマを使うのか。これはそれを示しているグラフでございます。この図の作者は心理学者ですが、彼らが科学的に客観的につくった、長所、短所、そして自動車、公共交通の表です。ごらんいただいてわかりますが、長所は自動車が多いいのです。ところが公共交通は少ないです。一方で、自動車は欠点もあるのですが、欠点の数でいうと、公共交通は非常に多いです。ざっと見ていただくと、全部納得できることだと思います。これは何を意味しているかということ、もしもクルマが使えるのであるのならば、人々は公共交通なんて絶対使わないのです、不便だから。絶対みんなクルマを使うのです。クルマを使わないとしたら、東京のように渋滞していれば使わないということがあるのですが、普通はみんな便利ですから使うのです。そういうことを意味しています。ですから、どんどんモータリゼーションが進んで、クルマの分担率、30年前はほとんどクルマがなかったわけですが、それが急激に増えてきたわけです。

その急激なクルマの増加に各都市が悲鳴を上げて、駐車場をきちんとどうやって整備し

ていくかということが追いつかないのに、クルマが増えていったというのが、この現代日本の姿であります。ただ、この現代日本の悲鳴は、実は中国とか韓国のほうがもっと強いのです。彼らのほうがもっとラピッドに、自動車の分担率が急激に上がっていった。日本でこれだけ大変だったのに、彼らも本当に大変だろうと。インドももう大変です。とにかく、まずは駐車場が足りないわけです。そこをどうするかというと、彼らが国策としてどう取り組んでいくかは非常に大事なところですよ。それで我々先進国として、彼らに教えるべきことはきっと多いのではないかなと思います。いずれにしても、非常にクルマは便利なのです。だから急激に増えてきたのです。

ところが、クルマが増えると困ったことがたくさんある。これはもう何十年も議論されてきたことで、モータリゼーションが始まるころからずっと指摘され続けてきたわけで、現代では国土交通省を初め地方自治体等と行政、交通の公共的な施策にかかわっている人は、みんな共通して持っている認識です。何のデメリットがあるかということ、道路行政的に渋滞します。それから駐車場もたくさん増えてきて困っているわけです。ふえてきてとか駐車場であふれてきて、駐車場は受け皿ができなくて困ってくる。で、うろつき交通とかふえてきて困ってくる。それは地球温暖化問題に当然ながらつながっていく。

例えば、福井県の場合では、バスの分担率が3%を切ったわけですね。そうすると、もう事業としても公共交通が成り立たないわけです。したがって、公共交通がなくなっていくわけです。なくなっていったらそれでいいのかということ、モビリティというものは若いうちは別にクルマでもいいのですけど、70歳ぐらいになると、急激に公共交通、バスの必要性が高まってくるのです。今も急速に高齢化社会が進んでいるので、これはもう地方行政にとっては大変なことになっているのです。ですから運輸行政の問題と福祉行政と、かなり同じ問題意識を持っている状況にあるわけです。

みんながクルマを使い、公共交通を使わないから、地方公共交通のモビリティがどんどん低下していくわけです。バスの路線がなくなったり、バス停がなくなったりとかしていくわけです。そうすると、ますます公共交通が不便になって、公共交通がどんどん蒸発していくことになります。それで、軌道がなくなると、離島の船とか軌道がなくなると、一気に過疎化が進んでしまっていて、過疎部の自治体自体が生き残ることが難しくなってくるという問題がある。さらに都市局地的な問題でいうと、みんながクルマを使うと、活動の圏域が中心地では渋滞をするし、駐車場は高いですから、安い駐車場のあまり渋滞しない郊外で買い物をするようになるわけです。郊外で買い物をするようになると、どんどん商業施設が郊外化していき、それを追うようにして人々も郊外に住むようになる。

そうすると、都心部はどんどん閑古鳥が鳴いて行って、シャッター街になって行って、都市はどんどんスプロール化していく。中心市街地の活気がなくなって行って、中心市街地の伝統的なものがなくなるし、都市が広がることで、都市の経営コストが一気に高くなっていきます。現代の都市問題というのは、こういうスプロールの問題で大変になってい

るわけです。この元凶は何かということが全部つながっていて、全部、少なくとも間接的にはこの過度なモータリゼーションによってもたらされてきた問題なのだということを、現代の交通行政の人で知らない人はほとんどいないのではないかと思います。例えば、道路畑の人は道路の話はよく知っていますし、運輸畑の人は運輸のことをよく知っていますし、都市畑の人は都市のことを知っていますが、何かこうつながっているのだという雰囲気については、もう21世紀になった現代では、ほとんどの領域の方が、どんどん知っていくようになっていく状況であります。

要するに、クルマは非常に便利なのですが、いろいろなデメリットもあるのだということに、みんな気づくようになってきたわけです。これを絵にかくと、こうなるのです。モビリティ・マネジメント、この問題を何とかマネージしていこうじゃないかという話です。横軸が自動車の依存傾向です。例えば、自動車トリップシェアと考えていただいても結構です。縦軸が経済学で社会的厚生（水準）というのですが、社会的な豊かさとか、精神的な豊かさも物質的な豊かさも全部込みです。その社会のよさというものがどう関係しているかという、多分こんな関係になっているのです。

これも大ざっぱな図ですけども、クルマが全然ないよりも、少しあったぐらいのほうが便利なわけです。これは「酒は飲んでも飲まれるな」ではないのですが、クルマをきちんと使っているような状況です。それで、だんだんクルマが便利だなというのでどんどん使っていくと、あるところを境に、ちょっと酔っぱらい過ぎるような状況ですね。飲み過ぎるともう二日酔いとかで、次の仕事もできませんし、ずっと酒に入り浸り。だれでもその酒屋の鼻つまみ者のような状況になりますね。同じように、あんまりクルマが便利だからクルマばかり使っていると、最初のうちはいいのですが、たくさん使い出すと大変なことになってしまうわけです。

大変なことになっているのが、先ほど申し上げた渋滞の問題であり、違法駐車の問題であり、地球環境問題であり、モビリティがなくなっていく問題であり、福祉問題であり、スプロールの問題であり、中心市街地がだめになっていくという問題になる。今こっこのほうに、どんどん近づいている。自動車がない社会と、自動車だけに依存する社会というのがあると、どこかにいいあんばいのところがあるはずなのです。自動車を適切に利用する社会、あるいはその社会の中で自動車と適切につき合っていると、クルマとうまいことつき合っている社会というのがどこかにあるはずなのです。ところが残念ながら、今の現実のさまざまな都市では、少し行き過ぎているのです。だから酒を飲み過ぎている状況、酔っぱらっている状況に、今いろいろな都市がなりつつあるわけですね。モビリティ・マネジメントは、少し行き過ぎているから、この頂点の部分を目指そうと考えるわけです。

よく勘違いされるのですが、モビリティ・マネジメントというものは、自動車はいけないう、と言っているわけでは決してないのです。自動車がない社会を目指しているかのよう

中としてはあまりよくないのです。目指しているのはクルマを「かしこく」使う社会なのです。現在は、たまたま多くの場所において少し使い過ぎなので、少し減らしましょうという話なのですが、例えば、使わなさ過ぎる道路もあります。典型的なのが高速道路です。みんな、お金を使いたくないから下を走るわけです。そうしたら通過交通がふえたり、CO₂とか、交通事故についても危ないし、もう何倍も高速道路のほうが安全なのです。下は信号もあり、発進とか減速とかあるため、CO₂もいっぱい出るわけです。渋滞も起きて、ネットワーク全体の効率性が非常に下がる。

交通工学的にはシステムオプティカルとユーザーオプティカルというのがあるのですが、これは普通、一致しないのです。要するに、ネットワークの一番いいぐあいに高速道路は使われていないという状況があるのです。そういう状況の高速道路から考えると、高速道路をもっとどんどん使ってくださいということも、モビリティ・マネジメントは目指すわけです。

いずれにしても、クルマがいいとか悪いとかを単純に言わない。いいところもあるし悪いところもある。そこで二枚舌を使うのでなくて、一番いいバランスを目指そうと、「やじるべえ」をやりながら、ちょうどいいところを目指そうというのが、モビリティ・マネジメントです。それを定義すると、土木学会が2～3年前に、手引書でオーソライズしたのですが、「一人一人のモビリティが、一人一人の移動が、社会にも個人にも望ましい方向に自発的に変化していくことを促すコミュニケーションを中心とした交通施策」だと、こういうふうに定義しているわけです。例えば、過度な自動車利用から公共交通等を利用する方向というのが望ましい方向なのです。これは例えばの話です。そういうものを目指していく。

要するに、先ほど、グラフで「お山」を見せましたね。ここの定義は何を言っているのかといいますと、そのお山の頂点をあめとかむちとか使って、おまえ、こっち使えとか、金を取るぞとか、そういうことを言って山に登らせるのは違って、きちんとわかっていたら、コミュニケーションをしながら社会全体として、「あ、確かに我々少し、アホなところがあったな」ということを、「クルマを使い過ぎていたな」ということを、一人一人が、あるいは一つ一つの組織が、あるいは一つ一つの自治体があるいは一つ一つの地域全体が気づいて社会をこういうふうに変えていったほうがいいなというふうに自発的に変わっていかうと目指すわけです。

その自発的に変わっていくときに、重要になってくるのがコミュニケーションなわけです。いろいろなことを言ったり言われたりとか、納得してもらったり説得されたりとかして、こういうのを通じて議論をするわけです。要するに議論をする。コミュニケーションというのは、「議論を通じた交通施策」といいたいでしょうか。今までの交通施策もそうなのですけれども、コミュニケーションを一般の方とともっていかうという話です。さて、これでおおよそ今日のタイトル、「モビリティ・マネジメントにおける駐車場施策」ということ

で、モビリティ・マネジメントとは何かということをお話しました。

次に、駐車場施策について、お話ししたいと思います。私は駐車場の研究というのをいくつかやらせていただいたことはあるのですが、駐車場を問題を中心に研究活動を行ってきたということは、ございません。ただ、駐車場の問題というのは、道路をやっていますので、いろいろなところで少しずつ研究はしていたのです。今回こういうお話をいただいて、改めて考えてみようということで、稚拙ではありますが駐車場について考えてみたいと思います。モビリティ・マネジメントというものを重ねながら、駐車場問題について少し考えてみました。

駐車場の問題を考えるに当たって、駐車場の問題は、駐車場だけで独立した問題ではない。駐車場は何で要るかというと、そこに都市があったり、人がいたりするからです。究極的には、よい都市をつくる、よい地域をつくる時に、駐車場という将棋の一コマ、これが金なのか、銀なのか、飛車なのか、角なのか、歩なのか、香なのかはわかりませんが、一つのコマのわけですね。重要なコマのわけです。このコマをどういうふうにするのかと考えるのが、究極的なというか、一般的な意味での駐車場施策であります。道路施策も同じですし、運輸施策でも同じです。何でもそうなのですが、施策というのは、何か世の中をよくしたいという大きな目標があって、それに対して、この具体的なコマをどう使うのかということです。

したがって、ここでは駐車場の問題を考えるに当たって、まずは望ましい都市とは何なのかということからお話ししたいと思います。

これは中にはご存じの方がいらっしゃると思いますが、ジェイン・ジェイコブスというアメリカの思想家です。都市とか、土木とか、経済とか、地域とか、風土とか、そういうものに対して、私は土木屋ですが、この土木屋と似た問題を取り扱っている思想家です。非常に大きな影響力を都市計画などに及ぼした人なのですが、彼女が『アメリカ大都市の生と死』という本の中で、アメリカの都市をダーッと見て回ったのです。

そうしたら、ろくでもない都市がいっぱいあるわけです、アメリカというのは。モータリゼーションの失敗とかで、おもしろくも何ともない都市があるのですけれども、中にはポートランドとか、シアトルとか、おもしろいところがちょこちょこっとアメリカにもある。彼女は非常に歩く思想家なのです。「あ、なるほど」と、全部の都市を見て回るわけです。それで、「あ、いい都市にはこういう共通性があるのか。四つの共通性がある」ということを見抜くのです。一つは、街路が概して狭くて、細々と曲がりくねっている。京都だと先斗町みたいなところ。東京だと神楽坂みたいに。逆に言うと、広大な自動車道ではないということになる。それから古い建物が残っている。これは川越とか、倉敷とか京都の花見小路とかみんな好きなのは、古い建物が残っているからです。観光地の中で、そこに非常に魅力を感じます。

三つ目が、それぞれの場所が複数の機能を持っている。これがおもしろいです。僕はずっと京都にいましたが、京都でよく飲む飲み屋さん、祇園の中に、いきなり横にふる屋があったりする。で、僕、学生などでよくそのふる屋に行っているとかして、いかがわしい場所やとか思いながら、ふる屋にはもう健全な場所があるのです。その横におでん屋があったり、お菓子屋があったりして、子供も遊べます。大体その町家さんといって、裏側に住んでいたりする。だから職住近接どころか、いろいろなものがごちゃごちゃごちゃとされているわけです。イオンの方がいらっしゃるかもしれませんが、すみません。決して郊外の大駐車場があるような、大きなイオンのような大資本的なものがポーンとあるわけじゃない。何か重層的になっている。これが三つ目の条件です。

四つ目は、これも当たり前です。人口密度が高い。アメリカのテキサスみたいところで、隣の牧場に行くのに10分ぐらいクルマを走らせないといけないところは、魅力的な都市であるはずがない。

この四つぐらいが何かおもしろい町というか、魅力を感じる町というか。これはジェイン・ジェイコブスがもちろん主観的に感じているのですけれども、彼女も非常に本を読む人ですし、よく歩きますし、いろんな文学とか読んで、いろいろな人がこういうところをいい町だと言っているようだと、そういうところからひねり出してくるわけです。

さて、これをベースに駐車場というものを考えますと、まず曲がりくねっているというのは、そういう意味ではクルマと不調和している。神楽坂のところが自動車道路で、ガーッとクルマを走らせると困ります。クルマと不調和しているわけです。クルマと不調和しているということは、都市でクルマを受け入れるということを前提としたような駐車場をたくさんつくっていくということとは、これは不調和しているわけですね。古い建物が残っているところは、また必ずしもクルマとは調和できないところです。

この三つ目の、それぞれの場所が複数の機能を持つというのは、例えばいま東京とか都市圏で、すべてのクルマを受け入れましょうということで、地上にガーッとつくったとしましょう。そうすると明らかに、駐車場の場所というのは単機能です。子供が遊ぶとひかれるかもしれませんが、おもしろくない場所なのです。駐車場が好きですという人、仕事で好きというのはもちろんあるのですけれども、皆さんの周りで、ご家族の中で、駐車場は楽しいという方はあまりいらっしゃらないかもしれません。

駐車場がふえると、そこには人が住めないので、人口密度が低くなっていくわけです。そういう意味で、少なくともジェイン・ジェイコブス的な観点からいくと、駐車場と都市は不調和なのだという側面があるわけです。駐車場の問題を都市と絡めて議論する場合に、まず考えなければならない出発点ではないかというふうに、改めて今回思いました。

そうだとしたら都市に駐車場というのは不調和だと不要かということそれは決してそうではない。私はまずここで大きく言いたいと思います。まず、先ほどの議論でとどまってい、都市の駐車場の問題というのが何か市民団体の方の中でガーッとになって、うまくいか

ないということが多い。やっぱりそれだと「かしこい駐車場の使い方」になっていないわけでは

クルマが全然要らないのだったら、今の話でいいわけです。ところが、いま申し上げた例えば花見小路とか、神楽坂とか、その都市の中で最も象徴的なところですよ。そうじゃないところは、その都市の中に幾らでもあるわけです。もちろん複合的な都市というのは楽しいですけども、クルマを我々のこの社会から全部捨て去ってしまうのだったら、駐車場は要らないという話になりますけれども、「クルマとかしこくつき合う」ということを我々は決意するのであるならば、そのクルマのデメリットとメリットを全部引き受けた上で、最もよいソリューション、解を求めねばならないと思います。だとすると、同じようにして駐車場のメリットだけではなくて、デメリットもきちんとのみ込んだ上で、それを斟酌した上で、どのようなバランスでこの駐車場というものを都市の中に形づくっていくのかというように、発想を転換していくことが必要になってくるのではないかと思います。

すなわち、善か悪かの議論をしているのではないわけです。善と悪を引き受けた上で、我々人間が、我々社会が、どのように生きていくのか。あるいは、どう生きざまを後生に見せつけるのかということをお我々は問われているのだというふうに、言わねばならぬのではないかなと思うわけです。

さて、この「否」と言ったときに、すなわちいま申し上げたことはこうです。都市にクルマが求められている限り、駐車場は不可欠なわけです。そうすると駐車場と都市というものを考えながら、最も悪い状況から最もいい状況というものを今回、駐車場ということをお考えながら考えてみます。

一番悪い駐車場といいますが、一番悪い都市、一番いい都市というものを駐車場と絡めながら考えてみます。まず一番悪いのは、自動車のシェアが高く、しかし駐車場が不十分だと。私、北京に行ったことはないのですが、今クルマが非常に増えている。ソウルでもクルマがガーッとふえてきて、もう駐車場がなくて困ったなという話が出てきているわけです。駐車場のシェアが高いにもかかわらず駐車場が不十分。これも最悪な状況ですね。これが一番、我々はまず脱しないとイケない。残念ながらまだまだ日本というのは、こういうステージにあるところが多いと僕は思います。

このときに次のステップをどう目指すのかということですよ。僕はこれよりはこっちのほうがましだと思いますけれども、最善の都市から比べると、まだまだ距離は遠いと。それは何かというと、自動車のシェアの高さをそのままにしておいて、それに対する駐車場が全部ある。きちんと駐車されているわけですから、これは最悪の状況よりはましだと思います。けれども、もちろん地下とかにもつくっていくでしょうけれども、これを全部駐車場を整備していこうとすると、莫大なお金が使われるわけですね。その莫大なお金はどこで削られているかというと、もっと別の公共投資から削られているわけです。逆に言

うと、全部お金を任せたら地上につくるかということ、最近だったらいろいろと土地利用で空き地があるから駐車場をつくっていくかということ、都市はどんどんどんどんその機能を低下させていきます。

京都の話ばかりして恐縮ですが、京都の町中でも町家がなくなって、100円パーキングがたくさんできていっている。それはビジネスチャンスといえばビジネスチャンスですけど、京都に長いこと住んでいる人から見たら、悲しいわけです。町家が、何で町家が……、こう思っているわけです。これよりはましだと思いますけれども、悲しい話になるわけです。だとしたら、何がいいかということ、この三つ目の状態ではないかな、と思います。自動車シェアそのものを前提とするのではなくて、自動車のシェアがもう少し低いということ想像して、駐車場はまだ不十分だというほうが、この二番目の常状況よりはましなんじゃないかなと。

京都の町家の話でいいますと、あそこは相続税とかの関係で、もう、親の土地を、そのどら息子がお金がないから売り飛ばしているわけです。で、もう細切れにして売るので、売り飛ばして駐車場とか、土地を寝かしているぐらいなら100円パーキングにしておこうかみたいになっていくわけです。そこでお客さんが来るから駐車場にとまっていくわけですが、ですがそうするのではなくて、「駐車場シェアが適度である」ということは、少なくとも祇園の町中あたりには、みんなクルマでは来ない。北山とか北大路ぐらいだったらクルマで行ってくださってもいいのですけれども、河原町まではクルマで来なくてもいいのではないかみたいなのところがあります。それで駐車場の問題は大幅緩和されるわけですね。

ただし、この三番目の状況におきましても、やっぱり駐車場は「不十分」なので、少し困るわけです。したがって、自動車シェアも適切で、かつ、それに対して「十分」な駐車場が整備されている。やっぱり目指すべき状況というのは、これではないかなと思います。もちろん、ここに行くために、まずハード優先で、これをやってからこっちに至るのか、あるいはソフト優先で、こっちをやってからこっちを出すのか。二つともあると思います。あるいは、現実的には、こっちもこっちもやりながら、ハードもソフトもごろごろごろやりながら、スパイラルアップしながら、だんだん理想の状況に持っていくというのが、現実的には解なのだと思います。

いずれにしても、我々が目指すべきところは、これ(=自動車の現在の需要を前提として十分な駐車場を整備する)ではないのだということをまず我々は理解しておく必要があると思います。これは駐車場の話でしてはいますが、私はずっと道路をやっていますので、都市高速道路の整備の話でもそうだと思います。都市高速道路というものが都市を活性化させるとともに、ある種の外部不経済を持つとしたら、そのメリット・デメリットをどういうふう考えていくのか。やっぱり自動車シェアが適度で、しかもそれに対応する道路ネットワークがあるところをやっぱり目指すべきだと思います。これは駐車場だけではなくて、道路関連施設全部についても言えることではないかと思っています。

さて、いま一番望ましい社会ということを上申上げたのですが、これをもう少し具体的に言うと、どうなのかなということを考えてみます。まず、望ましい理想的な社会、においては、都市部というのは良質な公共交通があって、主に地方には良質な道路がある。場合によっては1万4000キロぐらい引かれているわけです。都市部には、しかし徹底的に公共交通があるという状況です。効率的な物流システムがある。そのためには、当然ながら都市高速道路も整備していく必要があるでしょう。都市高速道路を整備して、そこの利用促進を推進することで、市街地の道路を徹底的に排除していくということもきっとあるでしょう。駐車場というものは、恐らくは公共交通と調和するということも考えていこう。パーク・アンド・ライドであったり、あるいはフリンジパーキング。

1例で申し上げますと、皆さん、フライブルク (Freiburg) という町をご存じでしょうか。これは都市交通あるいは都市計画をやっている方には、非常に有名なドイツの町です。日本の教科書などでは理想的な町だと。町中には大きな教会があって、古い町並みがあって、クルマが全然入ってこない。トラム (市電) が走っていて、トランジットモールがあってという、最近よく言われる言説があります。歩いて暮らせる町づくりという、そういう状況がもうある町です。環境に優しいフライブルク。フライブルクに行って、私は、なるほどと思いました。確かに言ったとおりなのです。ただ、その周りに広大なフリンジパーキングがあるのです。その周辺に非常に容量の高い道路があるのです。したがって、そこは、町というものを守るために道路は決して入れない形にしたわけです。都市と地方と言いますが、都心と郊外という言い方もできるかもしれません。ですから、そこは明らかにクルマと、ある種、調和を保っているわけです。公共交通と、徒歩と、町づくりと、クルマと、駐車場が全部、調和しているわけです。そういうところを我々は目指すべきではないかと。

で、最適水準の駐車需要をまかない、かつ、都市と調和した良質な駐車場がある。こういう状況を目指しているわけです。物流施策をつくったらいいな。道路をつくったらいいな。公共交通をつくったらいいな。あと必要なのはお金の話です。フリンジパーキングをつくったり、パーク・アンド・ライドをつくったらいいな。良質な駐車場をつくったらいいな。これは全部わかります。いま土木工学科の交通計画を教えている研究生に、これをどうやったらいいか教えています。僕も教えられてきました。僕も学生に教えています。ところが一つ、大学で教えていないし、実際の行政の中でも十分に行われていないポイントがあります。それは何かというと、これ、すなわち、最適水準の駐車需要をどうやって実現していくか、という点なのです。

もちろん80年代ぐらいは、TDM (交通需要マネジメント) という議論がなされてきたのですけれども、20年たってもTDMが十分な成功をおさめているとは言えない状況にあるわけです。もちろんあれはずっと続けていくべきですけれども、最適の需要をどうやってやったらいいのかということに対して、交通行政の人間は十分にわかっていなかったのです。ここを何とかしないとイケないというところが、モビリティ・マネジメントの一つ

の重要な機能です。つくるだけではだめだ。きちんとソフトのところもやっていかないといけない。その二つの両輪があって初めて、マネジメントのサイクルが回っていくわけです。つくっているだけだったらマネジメントにならない。つくったら終わり、つくったら終わりなわけですね。これはマネジメントをしていないのです。つくって、それをどう使っていくかと考えていって、新しい需要があるからこれでまたつくってと、こういう地道な作業を交通行政はやっていかないといけないわけです。そこを何とかしないといけない。

望ましいというのは、これは究極的に言うと、望ましい都市ライフスタイルです。人々の暮らしぶりです。もっと言うと、クルマに過度に依存しないライフスタイルです。クルマを利用するときには、駐車場にきちんと駐車するということです。場合によっては、駐車場がない目的地には、無理やり行ってそこで路駐するのではなくて、クルマ以外でアクセスする。これは重要なポイントで、例えば都心部に駐車場がないと。郊外は安いところがいっぱいあると。中心市街地で例えばロードプライシングとかで自動車の閉め出しをやったと。

そのときのもともとのねらいは、それによって都市を活性化したいわけですから、公共交通とか自転車とかに転換して都心に来てほしいわけです。だけれども、クルマで来ちゃだめですよという圧力をかければ、それだったらもうそんなところに行きませんと、郊外にパーッと行くわけです。それはなぜかという、クルマを使うことが前提だからです。人々の頭の中がクルマで凝り固まっていれば、そうになってしまう。そこをほぐせば都心の活性化も、最適な駐車需要というものも、両立し得るわけです。そういうのを目指したいと思うわけです。

いま申しあげたことをまとめますと、駐車場施策は、あるべき都市・地域の実現のためにあって、そのためには望ましい地域環境と、望ましいライフスタイルの双方を目指さないといけない。これはきちんとモノとして箱物をつくっていくという話と、ソフトとして人々のライフスタイルを、それに合わせたような形で変化していってもらうということも必要なのだと。しかし、どうしてこれをやればいいのかということが難しくなってくるわけです。

今日は駐車場のことを熱く語り過ぎたので、非常にたくさんスライドを用意していたのですが、時間がなくなってしまうので、ここからはサーッと、モビリティ・マネジメント施策の雰囲気だけをご紹介しますと思います。これは具体的にどうするのかということをお話しするという意味です。

どんなことをするのか。これもものすごい一番古い実験です。今モビリティ・マネジメントは、国交省さんとかでいろいろとやっていただいているところがあるのですが、そのオリジナルの実験です。これも京大の学生を相手にした、小規模な実験です。駐車行動に関する実験です。ただ、学生さんなので自転車です。

違法駐車するので困っているわけです。京大生というのは、私自身の学生の頃の態度を思い出すと、金はないし、こすからい理屈ばかり立つし、もう自分のことばかり考えてるくでもないやつらです。こいつらをどうにかして、お利口にしたいと思ったのです。コトバだけでは何ともならない。説得する群というのがあって、やめましようとか、こういうわけです。それと、アドバイスをします。これは説得するだけで、実はやめましようと言っても京大生なんかには届くはずがない。そんなのだからこらわっているわけです。違法駐車はだめだと。それだけでは心理学的には行動は変わらないという理論をつくって、これの上にアドバイスをやると、行動は変わるのではないかと。

どういうアドバイスかということ、放置の減らし方ということで、やめましようという圧力をかけるだけではなくて、こういうふうにやったら自転車をとめることができますよとか、こういうふうにやったら自転車の駐輪行動を減らすことができますよという、具体的な情報も提供したのです。やめましようと言うだけじゃなくて、行動をどう変えるか。ハウツー（HOW-TO）ですね。「Why Change the Behavior」の「Why」だけじゃなくて、「How to Change the Behavior」のハウツーをきちんと情報提供する。これをやると行動はスッと変わるということが、実は説得の心理学でずっと言われているのです。圧力を与えるだけじゃなくて、具体的にどうするかという情報もきちんとわかりやすく提供すれば、スッと変わるわけです。ところが圧力を与えるだけだと、反発が起きて行動は変わらないということが、説得の心理学で言われているのです。

例えば、「おまえ、これあかんやないか」と学生に言ってばかりいてもだめなのです。「あかんやないか。これで勉強しとけよ」と、きちんと道筋をやっておくと、熱心に勉強していくこともあり得るわけだけど、「あかん、ちゃんと勉強せえ」と言っているだけでは勉強はしないわけです。そういうことが説得的心理学で言われているので、こういうのでやってみようと思ったわけです。駐輪問題はこれで解消するかなと。あともう1個、似たようなこともやりましたけど、これはちょっと時間がないので飛ばしましょう。

まず、制御群というのは、何もしないグループです。1週間のうち14回。1～2週間後に測って、また1週間のうち14回。ほとんど一緒です。当たり前です。何もメッセージを与えないから、行動は変わっていない。説得群というのは、やめましようとか一応言ったのです。それで一応少し減るのですが、これは統計的な有意には届いていない。有意に届いていないということは、単なる確率変動である可能性を棄却できない。ところが、ハウツー情報をきちんと与えてやった学生さんについては、3割、放置駐輪が減ったわけです。これはもう一個、似たようなことをやっても、2割5分ぐらい減ったわけです。したがって、人々に対してある種のメッセージを伝えるときに、クルマを控えましようとか、違法駐車をやめましようとか言うだけでは、全然意味がないということなのです。それに加えて、具体的にどうするかという情報をきちんと提供したり、あるいはもっと言うならば、具体的にどうしたらいいかというメッセージを提供すれば、人々は意外とスッと行動を変

えるわけです。小さい実験ですがこれで何を意味しているかということ、そういう形で、コトバだけで、コミュニケーションだけで、人々の行動が変わるのだというわけです。それからもう一つ、コトバだけで変わるくらい人々というのは、そんなに悪いやつじゃないのだということも意味しているわけですね。

三つ目に、とはいえ、きちんとした、ある種、洗練されたコミュニケーションをとらないと、行動は変わらないのだということも意味しているわけです。今までの広報戦略というのは、いろいろな交通行政の中でもやられてきたわけです。でも何か方法を聞いても、少ないお金が出ていただけなのです。それはなぜかということ、人々がみんな、交通行政の人間が広報をやったり、コミュニケーションやっても、大して効果が上がらないじゃないかと思っているわけです。正しいのです。なぜかということ、単なる説得情報でメッセージを与えているだけだったら全然効果がない。これは正しいのです。ところがもう少しつけて加えて、きちんとしたコミュニケーションをすれば、抜本的な効果が出てくるということを見過ごしていたわけです。

実際、これで変わるのだったら、非常にコストベネフィット比率は高いのです。費用便益比率も非常に高いのです。だから実際に交通行政として、例えば 20 億、30 億かけてやったらいいわけです。そうしたら、100 億ぐらいの便益が出てくる可能性は十分にあるわけです。20 億、30 億で、どれだけの地下駐車場がつかれるかとか、どれだけの高速道路がつかれるかとか考えたら、大したものではないでしょう。そう考えれば、全体の大局から見たら、20 億ぐらいこういったコミュニケーション施策にも投資しないとだめだというわけです。もちろん、この実験だけで皆さんに信用していただいたわけじゃないですけども、たくさんほかの実験もやっているわけですけど、確かにそれはそうだなということで、国土交通省の中でもこういう方向の施策というものが、いま本気で考えられ始めているわけです。

そのほか、千川駅で違法駐輪対策ということでガーッと単にチラシを配って、ある種、心理学的に配ったら、これで 2 割ぐらい減りましたという話です。このネタを NHK の人がホームページで見てくれて、今度「ご近所の底力」に和田アキ子と一緒に出るようになりました。2 月に出ますので、よろしく願います(笑)。それはおいておきまして、駐輪場の利用者もふえたわけです。今までよそにとめていた人が、駐車場需要の活性化にも、もちろんなっているわけです。

あと、いま駐車場の話をしましたけれども、適切というのはもうちょっと広い話、適切な交通行動を導くのにどうしたらいいか。これはまた高速道路の話で、駐車場の話しを同じようなことをやったわけです。阪神高速さんの 3 号神戸線というのと湾岸線というのがあるって、湾岸線があまり使われていなかったわけです。利用促進をすることによって環境対策になるのです。当時、尼崎の裁判というのがあったんですが、それでコミュニケーシ

ョンをやって、交通行動を転換させようという話の実験をやりましょうということになって、まず普通に、環境のためにこっちを使ってくださいと言ってもだめだろうと予測したのです。で、予想どおりだめだった。これは何もしない制御群です。お願いするだけです。

ところが行動プランという、交通行動を変えましょうと言った上で、具体的にどう変えますかということをお阪神高速のネットワークの図を出して、具体的に線で書いてもらった。20秒ぐらいでできる作業です。それをアンケート調査の中で書いてもらったのです。そうするとことによっては具体的に、「ああ、そうか、使えるのだったらこうするのか」と、印象が頭の中に刷り込まれるし、具体的にどうするかということも、「あそこのランプをおりて……」とかということをお頭の中に克明に考える機会を提供するわけです。これはたかだか30秒ぐらいです。こういう行動プランをやるだけでシェアが、やはりもう10数%上がったのです。これもきちんとしたコミュニケーションをやったら、行動が変わるのだなという一つの実験です。

あと、パースの事例で、日本はここまでやっていないのですが、要するに、市民全体に対して、公共交通をこう使いますとか、バス停とかバスの時刻表とか地図とかの細かい情報を一人一人ごとにつくって、全員に配った。これはどれくらいお金がかかったかということ、1件1万円かけて全市民に対してやったわけですから、ここでは70億円ぐらいかけてずっとやっているわけです。地域を選んでザーッと。これで何が起こったかということ、自動車分担率が8%下がって、4年間継続しています。この4年間継続しているというのは、一気にコミュニケーションをバーッと何億円かけてやって、あとほったらかしにしているだけで、もう8%下がりっ放しなわけです。これは費用便益効果でやったら、非常に高い。これをやっていかないといけないという話を日本でも進めているところです。

これは、同じようなことを日本でもやって、同じような効果がありましたというような話です。これでいいますと、朝だけですけれども公共交通の利用者が3割ふえて、それが1年後にもずっとふえています。100万円ぐらいの小さい実験だったのですが、公共交通利用者がふえて、年間で2000~3000万ぐらいの増収にずっとなっているということが言えます。交通渋滞も解消する方向になっています。たかだか100万とか200万の話です。たかだか100万、200万だけれども、全員に対して単なる広報ではなくて、心理学に基づいて洗練されたコミュニケーションをとれば、人々は行動を変えてくれるぐらいの若干の良心は、少なくとも持っているというわけでございます。日本全体でやっても、いろんな事実で大体2割から3割ぐらい行動が変わる。継続するというデータもあります。

「おわりに」ということでありますけれども、人々の意識、行動、そしてライフスタイルは、コトバによって変わるということをお今ご紹介したわけです。前半は、駐車場施策の考え方を申し上げましたけれども、後半は、コトバによって変わるのだと。だからこそ、

これからの駐車場施策、あるいは、もう少し広く言うならば、交通施策なるものは交通システムとその運用の改善は当然やっていくべきです。つくるべき駐車場はどんどんつくっていくと。ただ、つくるだけではなくて、しかもそれをきちんと運用するだけではなくて、望ましいライフスタイルに向けた大規模なコミュニケーション施策を本格的に転換していくことが、いま求められているのではないかなというふうに考えています。もしくは、またこちらのほうも参照いただければ幸いです。

長くなってしまって恐縮でございます。以上で私のお話は終わりたいと思います。どうもありがとうございました。

(終了)